

## ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer relationship management* terhadap loyalitas pasien dengan kepuasan pasien sebagai variabel intervening pada Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Populasi yang digunakan adalah pasien yang melakukan rawat inap di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang Dengan menggunakan teknik purposive sampling, maka diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji T

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Customer relationship management* dan *brand image* terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Hasil pengujian juga menunjukkan kepuasan pasien berpengaruh positif terhadap loyalitas pasien. Kepuasan pasien mampu memediasi *customer relationship management* terhadap loyalitas pasien, artinya semakin tinggi *customer relationship management*, maka pengetahuan karyawan dalam memahami keinginan pasien, dinamika pasar dan pesaing akan semakin tinggi, sehingga akan mempengaruhi tingginya kepuasan dan loyalitas pasien. Kepuasan pasien mampu memediasi *brand image* terhadap loyalitas pasien, dapat diartikan bahwa semakin baik citra rumah sakit di mata pasien, tentu akan semakin menambah tingginya kepuasan pasien dan hal itu tentu akan berdampak pada tingginya loyalitas pasien.

**Kata Kunci :** *Customer relationship management, brand image, kepuasan dan loyalitas pasien.*

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to know and analyze the influence of customer relationship management on patient loyalty with patient satisfaction as intervening variable at Islamic Hospital Sultan Agung Semarang. Population used is patient who do inpatient at Islam Hospital Sultan Agung Semarang By using purposive sampling technique, hence obtained amount of sample equal to 100 respondent. The analysis tool is the path analysis, where previously tested the validity and reliability as well as the classical assumption test.*

*Test results show that Customer relationship management and brand image proved to have a positive effect on patient satisfaction and loyalty. Test results also showed patient satisfaction had a positive effect on patient loyalty. Patient satisfaction is able to mediate customer relationship management to patient loyalty, meaning higher customer relationship management, hence knowledge of employees in understanding patient desire, market dynamics and competitor will be higher, so that will influence the high satisfaction and loyalty of patient. Patient satisfaction able to mediate brand image to patient's loyalty, can be interpreted that the better image of hospital in patient's eyes, will increasingly increase the height of patient satisfaction and it will certainly impact on the high loyalty of patient.*

*Keywords: Customer relationship management, brand image, satisfaction and patient loyalty*